DOSSIER DE PRESSE

Mai 2020

DOOD, la plateforme communautaire de commande en ligne en click&collect qui digitalise les commerces de proximité, la restauration et les boulangeries.

La France compte plus de 100 000 points de vente avec offre à emporter : boulangeries, bars à salades, friteries, burgers, pizzeria, traiteurs, bouchers, food truck, camion pizza… Pour satisfaire une clientèle connectée et exigeante, ces établissements doivent s'adapter aux nouveaux comportements des consommateurs et s'engager dans leur digitalisation. Alors que la livraison de repas à domicile peine à décoller en France (elle ne représente que 2% du marché), le click & collect (commande en ligne et retrait sur place), lui, fait un véritable carton (source). Engouement confirmé dans le contexte actuel de confinement, où les français plébiscitent ce service qui répond aux enjeux de distanciation sociale et de sécurité sanitaire.

C'est dans ce contexte de forte croissance que DOOD propose sa plateforme de commande en ligne en click and collect à destination des commerces de bouche et alimentaires, boulangeries et restaurateurs.

La solution DOOD : une plateforme complète pour valoriser le commerce de proximité

Les commerçants de proximité ont conscience de la nécessité de se digitaliser mais peinent à sauter le pas, par manque de temps et de connaissances.

Plutôt que de développer un outil propriétaire qu'ils auront beaucoup de peine à faire connaitre, DOOD leur apporte une solution clé en main, simple et accessible. C'est la seule solution communautaire de click and collect qui se déploie en 24h. Un concept qui cartonne et qui a déjà séduit bientôt 400 commerçants !

DOOD permet donc de profiter immédiatement d'une présence sur Internet tout en proposant aux consommateurs un service à forte valeur ajoutée, adapté aux usages digitaux. Elle assure un référencement web puissant pour rendre visible le commerce local auprès d'une clientèle connectée.

DOOD, c'est une dimension communautaire qui fait toute la différence.

Sur le modèle booking.com, la plateforme se positionne comme le site de référence pour trouver autour de soi ou sur un trajet toute l'offre des commerces de proximité de qualité ; un positionnement de qualité que DOOD suit dans la sélection de ses partenaires à l'entrée dans son réseau.

Pour le commerçant, c'est l'assurance d'être visible et accessible auprès des consommateurs lorsqu'ils sont en recherche.

Pour le consommateur, c'est de connaître ce que les meilleurs commerces autour de lui proposent, accéder à leur offre et d'y commander en ligne simplement. C'est avoir accès facilement à des bons plans, des offres promotionnelles, des démarches anti-gaspillages dans les commerces de son quartier.

Une boutique en ligne avec commande en ligne en click and collect

Une e-boutique multisupport pour une expérience omnicanale.

Le commerçant dispose de son e-boutique accessible par lien personnalisé sur l'ensemble de ses points de contact : son site web existant, ses réseaux sociaux Facebook et Instagram et sa fiche Google My Business. Ainsi que sur le réseau communautaire DOOD, le site web www.dood.com et l'application mobile gratuite disponible sur iOS et Android.

La commande pour le consommateur se fait en 3 clics et est totalement gratuit : il se géolocalise, commande ses produits parmi la carte du commerçant, choisit son heure de retrait et paye en ligne ou sur place lors du retrait. Il se présente ensuite en magasin au créneau choisi et retire sa commande sans attendre !

La solution permet également au commerçant de proposer la livraison en propre. Et va déployer prochainement une option de livraison avec des partenaires locaux, loin d'une approche d'ubérisation.

Retrait en boutique sans attendre

Ce parcours omnicanal assure une visibilité forte pour le commerçant et une simplicité pour les clients.

L'ingrédient secret : une technologie propriétaire de cadencement des commandes.

La plateforme DOOD est développée sur un algorithme propriétaire de cadencement des commandes à la minute ; une différence importante vis-à-vis des autres acteurs du marché (livraison et click&collect). Il permet de séquencer les retraits pour faciliter la gestion au quotidien de la capacité de production et du delivery. Cela assure au commerçant de contrôler le flux de commandes reçues via DOOD !

Dood is good

DOOD part à la conquête de la France, 1ère étape à Lille

Une success story à la française est en train de naître ! Lancée il y a un an à Lyon, la solution DOOD a déjà conquis la région Auvergne-Rhône-Alpes avec plus de 350 partenaires clients.

Son concept innovant a aussi séduit les investisseurs : la start-up a réalisé une levée de fonds de 1 million d'euros début 2020 avec un pool d'entrepreneurs-investisseurs lillois constitué notamment de Julien Lemarchand (fondateur saveur-biere.com), Richard Winckles (brik.com), Arnaud Monnier (altima-Accenture Interactive), Mathieu Tarnus (Sarbacane) et Wilfrid André (fondateur d'Alice Délice).

C'est donc en toute logique que DOOD a entamé son déploiement national, dont la première étape est Lille et son agglomération. Depuis janvier, l'accueil est très positif. L'intérêt des commerçants pour la plateforme et ses avantages sont indéniables, en témoignent les relations nouées avec des

ambassadeurs renommés de la région Lilloise, tels que César Toulemonde (Le Comptoir Volant), Martin Le Pellec (Papà Raffaelle, Papà Lello) et Davonn Choquet (Davonn).

Xavier Marchese, le Président, souligne :

Les échanges avec les restaurateurs à Lille sont excellents. Nous avons déjà noué des partenariats avec de belles enseignes ambassadrices avec qui nous sommes ravis de travailler au quotidien : Le Comptoir Volant, Papà Raffaele, le food court Better, Davonn, Bernard et Léon et Canard Street !

Malgré un contexte de déploiement particulier, le lancement à Lille est un véritable succès. Les consommateurs sont au rendez-vous et les commerçants déjà déployés sur DOOD enregistrent des niveaux de commandes qui démontrent le succès de leur initiative de ré-ouvrir en click and collect pendant le confinement.

Loïc Choquet responsable chez Davonn à Lille en témoigne :

Le lancement de DOOD sur la boutique Davonn est un vrai succès ! Nous sommes d'autant plus ravis que la plupart des clients DOOD sont des nouveaux clients qui par définition n'étaient jamais venus chez nous. Et nous avons eu quelques commentaires de leur part disant qu'ils se sont délectés. Nous sommes très contents de faire partie des restaurateurs lillois à avoir pris l'initiative de lancer DOOD en plein confinement.

DOOD est partenaire de lagrandebouffe.club

Pour ancrée sa démarche de soutien aux commerçants dans leur reprise d'activité, DOOD a souhaité être partenaire de l'initiative solidaire lagrandbouffe.club lancée à Lille par l'agence de communication Nash&Young et César Toulemonde (Le Comptoir Volant) et Martin Le Pellec (Papà Raffaele et Papà Lello). En savoir plus : https://www.lagrandebouffe.club/.

DOOD ambitionne de couvrir tout le territoire national à la fin de l'année 2020, incluant les périphéries et les zones rurales, là où les autres services de livraison à domicile ou au bureau sont exclusivement urbains.

Grâce à sa technologie 100% en ligne et qui ne nécessite aucune infrastructure informatique, DOOD est déployable à distance, partout en France.

La solution DOOD répond aux problématiques liées au COVID-19

Dans le contexte actuel de confinement face à l'épidémie de COVID-19, DOOD offre la possibilité aux commerçants de proximité de limiter l'impact économique de la crise sanitaire et assurer la sécurité de leurs clients et de leurs salariés grâce à son service de commande en ligne en Click & Collect déployable en 24 heures.

Les français continuent de se rendre chez les commerces de première nécessité et favorisent leurs commerçants de quartier dans une démarche citoyenne. En témoigne l'afflux de clients que les boulangers et autres primeurs ont constaté dès les premières heures du confinement, le 17 mars dernier.

Alors, le Click and Collect est une réponse adaptée pour des commerçants en recherche de solutions afin de maintenir leur activité, tout en respectant les mesures imposées par le gouvernement pour limiter la propagation du COVID-19.

En effet, les commerçants se doivent d'assurer la sécurité de leurs clients et de leurs collaborateurs en prenant des mesures d'hygiène sanitaire et de distanciation sociale au sein de leurs points de vente. Et le click and collect en fait partie pour proposer à leurs clients de réserver et de payer en ligne pour plus de sérénité.

Dans ce contexte, la plateforme DOOD permet aux commerçants de proposer un service à leurs clients qui répond aux problématiques liées au COVID-19 :

- Limiter les occasions de contacts, respecter la distanciation sociale
- Supprimer les files d'attentes
- Séquencer automatiquement les retraits pour éviter les contacts
- Paiement sécurisé en ligne par CB ou carte Ticket Restaurant pour supprimer l'échange de monnaie vectrice de risque
- Un retrait en moins d'une minute sans contact
- Sécurité des employés et des clients

DOOD s'implémente rapidement pour tout commerçant qui souhaite rejoindre le réseau et mettre en place ce service sécuritaire au sein de son établissement. La mise en ligne se fait en 24 heures et la plateforme est livrée clé en main et opérationnelle au commerçant.

La société DOOD est mobilisée depuis mars pour accompagner ses partenaires commerçants actuellement déployés sur le réseau DOOD à mettre en avant leur service de click and collect. Nombreux sont ceux qui gardent leur établissement ouvert grâce à la commande en ligne, à l'instar de Patachoux à Chalon-sur-Saône (71), Les Gaudélices à Tossiat (01), Le Pain du Gone à Limas (69).

D'autres commerçants ont avancé leur déploiement sur DOOD pour offrir ce service à leurs clients : Boulangerie Aux Anges à Jonage (69), Croque François et Délices En Nord à Lille (59).

DOOD est référencée par le Ministère de l'Economie parmi les solutions qui permettent aux commerçants de poursuivre leur activité pendant la crise du COVID-19

Dans un contexte de mobilisation générale, le Gouvernement a mis en place un dispositif spécifique dédié à l'accompagnement de l'activité du commerce dans lequel s'est inscrite la société DOOD. Le confinement décidé le 17 mars dernier a conduit à ralentir, voire à stopper, l'activité des commerces de proximité, mettant en péril leur stabilité financière déjà fragile.

Pour permettre aux consommateurs de soutenir leurs commerçants locaux et à ces derniers de poursuivre une activité en ligne, le Ministère de l'Economie et des Finances a lancé un portail dédié qui référencie les solutions e-commerces qui permettent aux commerçants de maintenir leur activité pendant la crise, dont fait partie la plateforme DOOD depuis le dimanche 5 avril 2020 : https://www.economie.gouv.fr/coronavirus-e-commerce-offres-preferentielles-commercants#.

La mission de DOOD : valoriser le commerce de proximité grâce au digital

Actuellement, les commerces de proximité ne sont pas encore ou trop peu digitalisés. Pourtant, une présence en ligne et la commande sur Internet représentent un levier de croissance puissant : augmentation des ventes, rationalisation de la production, optimisation des flux en boutique donc réduction des files d'attente, augmentation du panier moyen.

Mais jusqu'à présent, les outils digitaux existants étaient coûteux et complexes à installer, et donc absolument inadaptés à la réalité de leur métier.

DOOD s'est donné la mission de transformer les commerçants en e-commerçants, facilement, grâce à sa plateforme clé en main. La plateforme DOOD apporte aux commerçants un outil jusqu'ici réservés aux grandes enseignes.

Xavier Marchese de confirmer :

Les commerçants de proximité (souvent des artisans) que nous rencontrons sont tous conscients de la nécessité de se digitaliser. Mais en pratique, ils n'ont ni le temps, ni les connaissances, ni les moyens d'investir dans un outil propriétaire souvent trop coûteux, surtout lorsqu'il s'agit de le référencer sur Internet. C'est un luxe réservé aux grandes enseignes ! DOOD a une autre approche : il s'agit d'une solution simple et accessible qui leur permet de profiter instantanément de tout le potentiel d'Internet.

L'ambition est d'installer le réflexe DOOD au quotidien et d'accompagner les démarches citoyennes de consommateurs de plus en plus engagés dans leur consommation : anti-gaspillage, circuits-courts, soutien aux commerces locaux.

Les équipes de DOOD sont fières de participer activement au dynamisme des commerces de proximité. Au quotidien, elles accompagnent des femmes et des hommes passionnés investis dans leur projet de vie ; et pouvoir participer à cela, est précisément l'origine du projet DOOD.

A propos de DOOD :

La société Miam Company édite la plateforme DOOD. Fondée par 4 entrepreneurs lyonnais issus des technologies et du SaaS leur conférant l'expérience nécessaire pour mener le projet ambitieux que représente DOOD.

Créée en 2018, elle compte déjà plus de 350 partenaires clients sur la région Auvergne-Rhône-Alpes. Depuis le début de l'année 2020, et après deux levées de fonds de plus de 2 millions d'euros, elle connaît une forte croissance et a lancé son déploiement national, avec ses premiers partenaires en agglomération lilloise.

Elle ambitionne de devenir le partenaire incontournable de la digitalisation du commerce de proximité sur le segment de la food.

Plus d'informations : www.dood.com

Facebook : https://www.facebook.com/doodcompany/
Instagram : https://www.instagram.com/dood_officiel/
LinkedIn : https://www.linkedin.com/company/dood-company/
Twitter : https://twitter.com/dood_company

Contact presse : Stéphanie Demange, sdemange@dood.company, 07 62 66 43 18